Government of Canada | Gouvernement du Canada

The Office Furniture Market in Japan

March 1997

(Également disponible en français sous le titre, Le marché du mobilier de bureau au Japon)

Prepared by the
Team Canada Market Research Centre
and the
Canadian Trade Commissioner Service

© Department of Foreign Affairs and International Trade
(FaxLink no. 38215)

Canada

Report prepared by the Team Canada Market Research Centre
Market Support Division (TCM)
Department of Foreign Affairs and International Trade
125 Sussex Drive, Ottawa K1A 0G2
Fax: (613) 943-1103
E-mail: research.center@dfait-maeci.gc.ca

The Team Canada Market Research Centre produces a wide range of market reports by region and sector for Canadian exporters. These reports are available from:

— the FaxLink Domestic service (613-944-4500); and
— DFAIT's InfoExport Internet site (http://www.infoexport.gc.ca).

The Government of Canada has prepared this report based on primary and secondary sources of information. Readers should take note that the Government of Canada does not guarantee the accuracy of any of the information contained in this report, nor does it necessarily endorse the organizations listed herein. Readers should independently verify the accuracy and reliability of the information.

100-03178/

THE OFFICE FURNITURE MARKET IN JAPAN

Team Canada Inc • Équipe Canada inc

MARKET OVERVIEW

The collapse of the bubble economy plunged Japan in a lengthy recession beginning in 1992. Corporate expenditures on office-related products plummeted, and office furniture production fell 31.9% in 1993 to ¥ 375.9 billion. Although 1994 saw some hope of recovery with a 2.1% growth in production (to ¥ 383.7 billion), market conditions remain difficult.

During the five-year period from 1987 through 1991, office furniture imports quintupled, reaching ¥ 33.8 billion. After two years of import decline in 1992 and 1993, imports resumed their upward path with a 23.6% gain in 1994 to a total of ¥ 40.3 billion. This represents the first time office furniture imports topped the ¥ 40 billion mark. The main reasons for this growth were the increased price competitiveness of imported furniture due to the strong yen and the growth of production outsourcing on the part of Japanese makers.

In 1994, the leading exporter of office furniture to Japan is Taiwan (52%), then the United States (9.4%), Thailand (7.4%) and China (5.3%). The aggregate market share for imported furniture grew over the last five years from 4% to 8.7%. In the category of office chairs, imports have 18.1% of the Japanese market.

Office furniture makers in other countries who hope to expand their exports to Japan need to understand several facts about current conditions in the Japanese market:

- They need to offer products that take into account Japanese body types and personal tastes while retaining their own distinctive traits;
- They need to set up solid quality control and maintenance systems; and
- They need to identify the distribution channels and target companies best suited to the characteristics of their products and to the size of production involved, and then formulate an approach to those target companies that is in tune with their needs.

The following generalizations can be made about product characteristics likely to be in demand in the future in Japan:

- Office automation related products;
- Space-saving products
- Products that can adapt to office layout changes
- Products that take into account safety and earthquake resistance; and
- Comfort-enhancing products.

The contract furniture market for hotels and resorts is still slow due to the recession and hotel builders tend to buy less expensive furniture during the bubble economy but prefer to change the style more often.

PRIVATE SECTOR CUSTOMERS AND CHANNELS OF DISTRIBUTION

Distribution channels

The principal purchasers of office furniture are businesses, government agencies, and schools. They tend to be seasonal purchasers, especially from February through April. As a result, organizational purchases of furniture and other furnishings tend to be concentrated in March so they can be ready for new hires and new students entering in April.

Agents and sales representatives

It is normal procedure to appoint an agent for the distribution of imported products unless sales are limited to a small number of manufacturers or users. The wholesale distribution systems in Japan can be very complicated, and the appointment or selection of a motivated agent can significantly influence the success of business.

Independent of changing business practices, Canadian companies targeting this market without the benefit of a resident official are strongly urged to link up with one or more reliable agents who are active, knowledgable about the market, and well connected to appropriate distribution systems. Canadian companies are well advised to seek at the outset non-exclusive regional and\or nation-wide agents whose status can be reviewed after one or two years with respect to compatibility and sales performance.

Direct sales

Japan is currently at a stage of remarkable transition which is presenting good opportunities for Canadian companies. Nowhere is this transition more apparent than in the Japanese distribution system, traditionally characterized by layers of intermediaries between seller and end user accounting for price levels that are often four to five times higher than in Canada. Driven by the need to remain price competitive at a time when Japanese consumers are demanding better value for money, the trend is increasingly moving towards direct imports.

Key factors determining purchase decisions

Experienced overseas furniture suppliers note that Japanese clients tend to demand perfection. Cost, quality, safety, good service and prompt maintenance, are essential for success in the Japanese market.

Patience and trust are major factors in developing a strong as well as successful exporter/agent relationship. The highly competitive Japanese market requires significant marketing lead time to bring products to the attention of the intended audience, and agents must be entrusted with, and given adequate leeway, to perform this all important activity.

The real rewards of the Japanese market usually come over the long term. Exporters with a strategy and staying power, however, will find that success brings a relatively secure position in a stable market with good margins. For the great majority of those companies who lack the resources to develop their own distribution system in Japan, a distributor is essential. In an ideal arrangement, exporter and distributor will together develop a multi-year plan for the market covering such major factors as target market segments, pricing strategies, sales of market share goals, on-going product development plan, etc.

MARKET ACCESS CONSIDERATIONS

Import regulations

The only office furniture subject to customs duties is leather-covered furniture (3.2% or 4.3%). All other office furniture products are imported duty free.

Imports are controlled by the *Foreign Exchange and Foreign Trade Control Law*, which currently permits imports to enter Japan barrier free.

There are three laws covering customs duty: Customs Duty Law, Customs Tariff Law and Customs Duty Temporary Measures Law. Under the Customs Duty Law, 119 ports

and 15 airports are open for foreign trade. Japan is divided into eight districts for customs duty purposes, each of which has a customs house. The customs houses, supervised by the Minister of Finance, are subdivided into 68 branch offices and 132 substations.

Customs facilities are located at foreign trade ports and are generally adequate. Imported goods can be placed in bonded warehouses pending customs clearance. Customs clearance can be delayed significantly by discrepancies between the shipping documents and the actual shipment contents or by missing or incomplete documentation.

There are no regulations on restrictions applicable to re-exports other than those providing for refund of consumption tax on the original import.

Local standards, certificates or registrations needed

Compliance with the Japan Industrial Standards (JIS) is voluntary but many manufacturers both in Japan and abroad apply on their own initiative for factory certification of JIS conformance. Government agencies usually purchase furniture that conforms to JIS standards. Work is currently underway to revise JIS standards for office furniture to bring JIS standards more closely in line with standards of the ISO.

It is also normal practice to appoint a shipping agent for carrying out the procedures relating to landing, placing into bonded area, customs clearance, and delivery of imported goods.

Export credit risks, restrictions on letters of credit or currency controls

All imports require the submission of a report on settlement in triplicate to a foreign exchange bank. One copy is returned to the reporter and must be submitted to the Customs authorities for clearance of the goods.

PROMOTIONAL VENUES

Table 1. Trade Shows

Event/Venue	Organizer
IFFT (Int'l Furniture Fair Tokyo) Tokyo Int'l Trade Fair Grounds Tokyo, Japan	Int'l Development Association of the Furniture Industry Karukozaka-Tanaka Bldg, 2-16-1 Kagura-zaka Shinjuku-Ku, Tokyo 162, Japan Telephone: (81-3) 5261-9401 Facsimile: (81-3) 5261-9404

Publications

Japanese Traders of Imported Furniture and Interior Products
Published by: International Development Association of the Furniture Industry of Japan
Telephone: (81-3) 5261-9401
Facsimile: (81-3) 5261-9404

KEY CONTACTS AND SUPPORT SERVICES

Japanese Government Contacts

Ministry of International Trade and Industry
3-1, Kasumigaseki 1-chome
Chiyoda-ku, Tokyo 100, Japan
Telephone: (81-3) 3501-1511

Industry and Professional Associations

Canadian Chamber of Commerce
P.O. Box 79
Akasaka Post Office
Minato-ku, Tokyo 107, Japan
Telephone: (81-3) 3224-7824
Facsimile: (81-3) 3224-7825

Importers/Distributors

Aidec Co., Ltd.
4-16-13 Nishi Azabu
Minato-ku, Tokyo 106, Japan
Telephone: (81-03) 3499-4486
Facsimile: (81-03) 3499-4480
Established: October 1977
Employees: 54
Capital: ¥ 20 million (C$235,000)
Business: Furniture sales

Cassina Japan Inc.
4-16-13, Nishi Azabu
Minato-ku, Tokyo 150, Japan
Telephone: (81-03) 3498-9300
Facsimile: (81-03) 3498-9306
Established: July 1980
Employees: 78
Capital: ¥ 40 million (C$470,000)
Business: Import and sales of furniture

Hukla Japan, Inc.
7-19-21 Todoroki
Setagaya-ku, Tokyo 158, Japan
Telephone: (81-03) 5760-4717
Facsimile: (81-03) 5760-4723
Established: April 1973
Employees: 203
Capital: ¥ 600 million (C$7 million)
Business: Import and sales of furniture

Kosuga & Co., Ltd.
1-16-7, Tabata Shin-machi
Kita-ku, Tokyo 114, Japan
Telephone: (81-03) 3894-0881
Facsimile: (81-03) 3800-6684
Head Office:
2-15-4 Higashi Nihonbashi
Chuo-ku, Tokyo 103
Established: 1930
Employees: 451
Capital: ¥ 536 million (C $6.3 million)
Business: Import/export/manufacture of furniture

Otsuka Kagu
3-1 Ariake
Koto-ku, Tokyo 135, Japan
Telephone: (81-3) 5530-4321
Facsimile: (81-3) 5530-5523
Established: March 1969
Employees: 810
Income: Sales as of December 1995:
¥ 28,183,000,000
Business: Leading comprehensive retailer of furniture and has Japan's largest showroom facility in Tokyo.

Toyota Tsusho Corporation
4-7-23, Meieki
Nakamura-ku, Nagoya 450, Japan
Telephone: (81-52) 584-5000
Facsimile: (81-52) 584-5663
Established: July 1948
Employees: 2 026
Income: Sales as of March 1996:
¥ 1,530,427,000,000
Business: Sole trading firm in the Toyota Group.

Tsukuba Sansho Corporation
3-101, Hachimangi
Hatogaya-shi, Saitama 334, Japan
Telephone: (81-048) 284-1122
Facsimile: (81-048) 284-5588
Established: December 1965
Employees: 83
Capital: ¥ 95 million (C$1.1 million))
Business: Wholesale of furniture

Canadian Government Contacts

Canadian Embassy
7-3-38 Akasaka,
Minato-ku, Tokyo 107, Japan
Telephone: (81-3) 3408-2101
Facsimile: (81-3) 3470-7280/3479-5320

Department of Foreign Affairs and
International Trade
Market Intelligence Division (TBS)
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario K1G 0G2
Telephone: (613) 996-3535
Facsimile: (613) 943-8820

Department of Foreign Affairs and
International Trade
Japan Division (PJP)
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario K1G 0G2
Telephone: (613) 996-2460
Facsimile: (613) 943-8286

Export Development Corporation
151 O'Connor Street
Ottawa, Ontario K2P 2L8
Telephone: (613) 598-2500

OTHER REFERENCE MATERIAL

Japan External Trade Organization. "Office Furniture". *Your Market in Japan*. No. 80, March 1996.

READER EVALUATION

Please help the Team Canada Market Research Centre to produce market reports which meet your information needs by completing this evaluation form and returning it by fax (613) 943-1103. Thank you for your valuable input.

1. How did you obtain a copy of this market report?

G InfoCentre FaxLink system
G InfoCentre help line
G Local government office
G Government Internet site
G Other: _____

2. How would you describe this market report?

	Strongly agree	Agree	No opinion	Disagree	Strongly disagree
Useful	G	G	G	G	G
Complete	G	G	G	G	G
Well organized	G	G	G	G	G
Well written	G	G	G	G	G
Ideal length	G	G	G	G	G

3. In what form do you prefer to obtain these reports?

G Print
G Electronic

4. Based on the information in this report, what specific action(s) does your organization plan to take in this market? Check all that apply.

G Seek an agent/distributor
G Visit the market
G Do more research
G Other: _____
G Contact Canadian trade office abroad
G Participate in a trade show abroad
G Nothing

5. What other market reports would be of benefit to your organization? Please identify specific products and countries._____

_____

_____

_____

6. Which of the following categories best describes your organization? Check one only.

G Processor/manufacturer
G Trading house
G Export service provider
G Industry/trade association
G Government
G Student/academia
G Consultant
G Other: _____

7. What were your organization's total sales last year, in Canadian dollars?

G Less than $10 million
G More than $50 million
G $10 million to $50 million
G Not applicable

Additional comments/suggestions for improvement: _____

_____

_____

_____

_____

OPTIONAL — The name of your organization is: _____

Government of Canada | Gouvernement du Canada

Le marché du mobilier de bureau au Japon

mars 1997

(Also available in English under the title
The Office Furniture Market in Japan)

Preparé par
le Centre des études de marché d'Équipe Canada
et
le Service canadien des délégués commerciaux

© Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
(FaxLink nº 38215)

Canada

Rapport préparé par le Centre des études de marché d'Équipe Canada
Direction de l'appui aux marchés (TCM)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2
Télécopieur : (613) 943-1103
Courrier électronique : research.center@dfait-maeci.gc.ca

Le Centre des études de marché d'Équipe Canada produit une vaste gamme de rapports par région et par secteur à l'intention des exportateurs canadiens. Ces rapports sont disponibles sur:

— le FaxLink national (613-944-4500); et
— le site Internet InfoExport du MAECI (http://www.infoexport.gc.ca)

Le gouvernement du Canada a préparé le présent rapport en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Aussi ce dernier ne garantit-il aucunement l'exactitude des renseignements qu'il contient pas plus qu'il n'appuie les organisations dont le nom y figure. Il appartient donc aux lecteurs de vérifier l'exactitude et la fiabilité des renseignements contenus dans le présent rapport.

LE MARCHÉ DE L'AMEUBLEMENT DE BUREAU AU J APON

Équipe Canada inc - Team Canada Inc

APERÇU DU MARCHÉ

L'effondrement de l'économie d'abondance a plongé le Japon dans une récession prolongée qui a débuté en 1992. Les dépenses consacrées par les entreprises à des produits touchant les bureaux ont dégringolé et la production d'ameublement de bureau a reculé de 31,9 % en 1993, s'établissant à 375,9 milliards de yens. Bien que l'année 1994 ait suscité certains espoirs de relance avec une croissance de 2,1 % de la production (qui a atteint 383,7 milliards de yens), les conditions du marché demeurent difficiles.

Pendant la période de cinq ans allant de 1987 à 1991, les importations de mobilier de bureau ont quintuplé, atteignant 33,8 milliards de yens. Après deux années de recul des importations en 1992 et en 1993, les importations ont repris leur tendance à la hausse, progressant de 23,6 % en 1994 et s'élevant à un total de 40,3 milliards de yens. Les importations de mobilier de bureau ont ainsi dépassé pour la première fois le plateau des 40 milliards de yens. Cette croissance est due principalement à une meilleure compétitivité des prixdu mobilier importé, en raison du cours élevé du yen et de l'accroissement de l'impartition de la part des fabricants japonais.

En 1994, le principal exportateur d'ameublement de bureau vers le Japon était Taïwan (52 %), suivi des États-Unis (9,4 %), de la Thaïlande (7,4 %) et de la Chine (5,3 %). La part du marché global du mobilier de bureau a progressé au cours des cinq dernières années, passant de 4 % à 8,7 %. Dans la catégorie des chaises de bureau, les importations détiennent 18,1 % du marché japonais.

Les fabricants de mobilier de bureau qui souhaitent accroître leurs exportations vers le Japon doivent comprendre plusieurs faits au sujet des réalités actuelles du marché japonais.

- Il leur faut offrir des produits qui tiennent compte de la morphologie des Japonais et de leurs préférences, tout en conservant leurs caractéristiques distinctives;

- Ils doivent établir des systèmes de contrôle de qualité et de maintenance rigoureux;

- Ils se doivent de repérer les circuits de distribution et les entreprises cibles

qui correspondent le mieux aux caractéristiques de leurs produits et au volume de la production en cause, puis ils doivent formuler une approche qui soit en harmonie avec les besoins de ces entreprises.

On peut faire les généralisations suivantes au sujet des caractéristiques des produits susceptibles d'être en demande à l'avenir au Japon :

- Produits liés à l'automatisation des bureaux;
- Produits permettant de gagner de l'espace;
- Produits qui peuvent s'adapter à la modification de l'aménagement des bureaux;
- Produits qui prennent en considération la sécurité et la résistance aux tremblements de terre;
- Produits qui rehaussent le confort.

Le marché du mobilier d'hôtels et de centres de villégiature demeure languissant à cause de la récession. Les constructeurs d'hôtels ont tendance à acheter du mobilier moins coûteux pendant les périodes d'économie d'abondance, mais préfèrent changer de style plus fréquemment.

CLIENTS DU SECTEUR PRIVÉ ET CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Circuits de distribution

Les principaux acheteurs du mobilier de bureau sont les entreprises, les organismes gouvernementaux et les écoles. Ils tendent à être des acheteurs saisonniers, particulièrement de février à avril. De ce fait, les achats de mobilier et d'autres accessoires d'ameublement faits par les organisations se concentrent en mars, de manière à ce qu'ils soient prêts pour les nouvelles embauches et l'entrée des étudiants sur le marché du travail en avril.

Agents et représentants des ventes

C'est une pratique normale que de nommer un agent chargé de la distribution des produits importés, à moins que les ventes ne soient limitées à un petit nombre de fabricants ou d'usagers. Les systèmes de distribution en gros au Japon peuvent se révéler très compliqués. Donc, la nomination ou le choix d'un agent motivé peut influer sensiblement sur le succès de votre entreprise.

Abstraction faite de l'évolution des pratiques commerciales, on recommande vivement aux entreprises canadiennes ciblant ce marché mais qui ne peuvent compter sur un représentant officiel d'unir leurs efforts à ceux d'un représentant fiable et actif, qui connaît le marché et qui a ses entrées dans les circuits de distribution en cause. Les entreprises canadiennes ont tout intérêt à faire appel à des agents non exclusifs, à l'échelle régionale ou nationale, dont les statuts pourront être réexaminer après une ou deux années, selon la compatibilité et les ventes réalisées.

Ventes directes

Le Japon traverse actuellement une phase de transition remarquable, qui offre de bons débouchés aux entreprises canadiennes. La transition se manifeste avant tout dans le système de distribution japonais, traditionnellement caractérisé par des échelons d'intermédiaires entre le vendeur et l'utilisateur final, qui se traduit par des prix qui sont de quatre à cinq fois supérieurs à ceux du Canada. Compte tenu de la nécessité de maintenir la compétitivité des prix à un moment où les consommateurs japonais demandent un meilleur rapport coût-efficacité, la tendance se dirige de plus en plus vers les importations directes.

Principaux facteurs déterminant les décisions d'achat

Les fournisseurs de mobilier expérimentés provenant d'outre-mer, constatent que les clients japonais ont tendance à exiger la perfection. Le coût, la qualité, la sécurité, un bon service après-vente et la rapidité de l'entretien sont essentiels au succès sur le marché japonais.

La patience et la confiance sont des facteurs de première importance lorsqu'il s'agit d'établir des rapports exportateur/agent solides et fructueux. Le marché japonais, qui est très compétitif, nécessite une période de marketing à l'exportation préalable afin d'attirer l'attention de la clientèle visée sur les produits. Il faut confier aux agents et leur accorder une marge de manoeuvre suffisante afin qu'ils accomplissent cette tâche qui est très importante.

Habituellement, le marché japonais ne procure une récompence qu'à long terme. Les exportateurs dotés d'une stratégie et ayant de l'endurance constateront, toutefois, que le succès amène une position relativement sûre dans un marché stable, où les marges bénéficiaires sont bonnes. Pour la grande majorité des entreprises qui ne disposent pas des ressources leur permettant de développer leur propre système de distribution au Japon, il est essentiel d'avoir un distributeur. L'idéal serait que l'exportateur et le distributeur élaborent un plan pluriannuel abordant des facteurs comme les segments du marché cible, des stratégies de fixation des prix, des objectifs en matière de part du marché des ventes, un plan continu de développement des produits, etc.

FACTEURS À CONSIDÉRER POUR ACCÉDER AU MARCHÉ

Règlements en matière d'importation

Le seul article du mobilier de bureau sujet à des droits de douane est le mobilier gainé de cuir (3,2 % ou 4,3 %).Tous les autres produits du secteur du mobilier de bureau sont importés en franchise.

Les importations sont régies par la *Foreign Exchange and Foreign Trade Control Law* [Loi sur le contrôle des changes étrangers et du commerce extérieur], qui permet actuellement aux importations d'entrer au Japon sans se heurter à des obstacles.

Il existe trois lois régissant les droits de douane : la Loi sur les droits de douane, la Loi sur les tarifs douaniers et la Loi sur les mesures temporaires relatives aux droits de douane. En vertu de la Loi sur les droits de douane, 119 ports et 15 aéroports sont ouverts au commerce extérieur. Le Japon est divisé en huit districts pour ce qui concerne les droits de douane, chacun ayant son propre bureau de douane. Les bureaux de douane, supervisés par le ministre des Finances, se subdivisent en 68 bureaux auxiliaires et 132 bureaux secondaires.

Les installations douanières sont situées dans les ports s'adonnant au commerce extérieur et elles sont généralement adéquates. Les biens importés peuvent être placés dans des entrepôts sous douane en attendant leur dédouanement. Le dédouanement peut subir un retard sensible s'il y a divergence entre les documents d'expédition et le contenu réel de la cargaison, ou si la documentation est incomplète.

Il n'existe pas de règlements quant aux restrictions applicables au réexportations, autres que ceux qui prévoient un remboursement de la taxe à la consommation perçue sur l'importation initiale.

Normes, certificats et enregistrements locaux requis

La conformité avec les normes industrielles japonaises (NIJ) est sur une base volontaire, mais de nombreux fabricants, aussi bien au Japon qu'à l'étranger, prennent l'initiative d'obtenir l'homologation de leurs usines par rapport aux normes japonaises. Les organismes gouvernementaux achètent habituellement du mobilier conforme aux normes NIJ. Des travaux sont en cours afin de réviser les normes NIJ applicables au mobilier de bureau pour que ces normes correspondent d'avantage à celles de l'ISO.

Il est également pratique courante de désigner un agent d'expédition qui se chargera des formalités relatives au débarquement, au dépôt dans des entrepôts sous douane, du dédouanement et de la livraison des biens importés.

Risques associés au crédit à l'exportation, restrictions sur les lettres de crédit ou sur le contrôle des devises

Toutes les importations doivent faire l'objet d'un rapport de règlement, en trois exemplaires, à une banque de change. Un exemplaire est renvoyé à l'auteur du rapport et doit être soumis aux autorités des douanes pour le dédouanement des biens.

ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES

Tableau 1. Foires commerciales

Événement/Lieu	Organisateur
IFFT (Foire intern. du mobilier de Tokyo) Tokyo Int'l Trade Fair Grounds Tokyo, Japon	Int'l Development Association of the Furniture Industry Karukozaka-Tanaka Edifice, 2-16-1 Kagura-zaka Shinjuku-Ku, Tokyo 162, Japon Téléphone : (81-3) 5261-9401 Télécopieur : (81-3) 5261-9404

Publications

Japanese Traders of Imported Furniture and Interior Products
Publié par l'International Development Association of the
Furniture Industry of Japan
Téléphone : (81-3) 5261-9401
Télécopieur : (81-3) 5261-9404

PRINCIPAUX CONTACTS ET SERVICES DE SOUTIEN

Contacts du gouvernement japonais

Ministère du Commerce international et de l'Industrie
3-1, Kasumigaseki 1-chome
Chiyoda-ku, Tokyo 100, Japon
Téléphone : (81-3) 3501-1511

Associations sectorielles et professionnelles

Chambre de commerce du Canada
BP 79
Akasaka Post Office
Minato-ku, Tokyo 107, Japon
Téléphone : (81-3) 3224-7824
Télécopieur : (81-3) 3224-7825

Importateurs/distributeurs

Aidec Co., Ltd.
4-16-13 Nishi Azabu
Minato-ku, Tokyo 106, Japon
Téléphone : (81-03) 3499-4486
Télécopieur : (81-03) 3499-4480
Fondé en octobre 1977
Employés : 54
Capital: 20 millions de yens (235 000 $ CAN)
Secteur d'activité : vente de mobilier

Cassina Japon Inc.
4-16-13, Nishi Azabu
Minato-ku, Tokyo 150, Japon
Téléphone : (81-03) 3498-9300
Télécopieur : (81-03) 3498-9306
Fondé en juillet 1980
Employés : 78
Capital: 40 millions de yens (470 000 $ CAN)
Secteur d'activité : importation et vente de mobilier

Hukla Japon, Inc.
7-19-21 Todoroki
Setagaya-ku, Tokyo 158, Japon
Téléphone : (81-03) 5760-4717
Télécopieur : (81-03) 5760-4723
Fondé en avril 1973
Employés : 203
Capital: 600 millions de yens (7 millions de dollars canadiens)
Secteur d'activité : importation et vente d'ameublement

Kosuga & Co., Ltd.
1-16-7, Tabata Shin-machi
Kita-ku, Tokyo 114, Japon
Téléphone : (81-03) 3894-0881
Télécopieur : (81-03) 3800-6684
Siège social :
2-15-4 Higashi Nihonbashi
Chuo-ku, Tokyo 103
Fondé en 1930
Employés : 451
Capital : 536 millions de yens (6,3 millions de $C)
Secteur d'activité : importation/fabrication de mobilier

Otsuka Kagu
3-1 Ariake
Koto-ku, Tokyo 135, Japon
Téléphone :(81-3) 5530-4321
Télécopieur : (81-3) 5530-5523
Fondé : March 1969
Employés : 810
Revenu : ventes en date du décembre 1995 : 28 183 000 000 milliards de yens;
Secteur d'activité : principal vendeur au détail de la gamme complète de l'ameublement; il possède la plus importante salle d'exposition à Tokyo.

Toyota Tsusho Corporation
4-7-23, Meieki
Nakamura-ku, Nagoya 450, Japon
Téléphone : (81-52) 584-5000
Télécopieur : (81-52) 584-5663
Fondé en juillet 1948
Employés : 2 026
Revenu : ventes en date de mars 1996 :
1 530 427 000 000 billion de yens
Secteur d'activité : seule entreprise de négoce au sein du groupe Toyota.

Tsukuba Sansho Corporation
3-101, Hachimangi
Hatogaya-shi, Saitama 334, Japon
Téléphone : (81-048) 284-1122
Télécopieur : (81-048) 284-5588
Fondé en décembre 1965
Employés : 83
Capital : 95 millions de yens (1,1 million de dollars)
Secteur d'activité : vente de mobilier en gros

Contacts du gouvernement canadien

Ambassade du Canada
7-3-38 Akasaka,
Minato-ku, Tokyo 107, Japon
Téléphone : (81-3) 3408-2101
Télécopieur : (81-3) 3470-7280/3479-5320

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Direction des renseignements sur les marché (TBS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1G 0G2
Téléphone : (613) 996-3535
Télécopieur : (613) 943-8820

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Direction du Japon (PJP)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1G 0G2
Téléphone : (613) 996-2460
Télécopieur : (613) 943-8286

Société pour l'expansion des exportations
151, rue O'Connor
Ottawa (Ontario) K2P 2L8
Téléphone : (613) 598-2500

AUTRES DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

Office japonais du commerce extérieur. « Office Furniture » *Your Market in Japan*. N° 80.

APPRÉCIATION DU LECTEUR

Veuillez aider le Centre des études de marché d'Équipe Canada à produire des rapports qui répondent à vos besoins en remplissant le formulaire d'évaluation ci-joint et en nous le retournant par télécopieur, au (613) 943-1103. Merci de votre précieuse collaboration.

1. Comment avez-vous obtenu un exemplaire de ce rapport de marché?

G FaxLink de l'InfoCentre
G Service de rens. de l'InfoCentre
G Bureau régional du gouvernement
G Site www du gouvernement
G Autre : _____

2. Comment décririez-vous le présent rapport de marché?

	Tout à fait d'accord	d'accord	Pas d'opinion	Pas d'accord	Pas du tout d'accord
Utile	G	G	G	G	G
Complet	G	G	G	G	G
Bien présenté	G	G	G	G	G
Bien rédigé	G	G	G	G	G
Longueur idéale	G	G	G	G	G

3. Sous quelle forme préférez-vous recevoir ces rapports?

G Imprimé
G Version électronique

4. En se fondant sur les renseignements contenus dans le présent rapport, quelles mesures particulières votre entreprise prévoit-elle de prendre en ce qui concerne ce marché? Cochez toutes les rubriques qui s'appliquent.

G Chercher un agent/distributeur
G Visiter le marché
G Faire plus de recherche
G Autre : _____
GContacter un bureau commercial du Canada à l'étranger
GParticiper à un salon commercial à l'étranger
GRien

5. Quels autres rapports de marché seraient utiles à votre entreprise? Veuillez énumérer les produits et les pays sur lesquels vous aimeriez qu'ils portent. _____
_____
_____

6. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre organisation? Cochez une case seulement.

G Fabrication/transformation
G Maison de commerce
G Fournisseur de services d'exportation
G Association industrielle/commerciale
G Organisme gouvernemental
G Étudiant/université
G Consultant
G Autre : _____

7. Quel était le chiffre d'affaires de votre organisation l'an dernier, en dollars canadiens?

G Moins de 10 millions
G Plus de 50 millions
G De 10 millions à 50 millions
G Sans objet

Autres commentaires/suggestions : _____
_____
_____
_____
_____

FACULTATIF — Nom de votre organisation : _____